

## **JAK TWORZYĆ ATRAKCYJNY CONTENT DO MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH Z UWZGLĘDNIENIEM ODBIORCÓW Z RÓŻNYCH POKOLEŃ**

### **WAŻNE INFORMACJE:**

Proponujemy Państwu udział w zajęciach, podczas których przedstawione zostaną możliwości content marketingu w ujęciu jego różnorodności wynikającej z obecności wielu pokoleń w mediach społecznościowych. Uczestnicy poznają specyfikę zachowania się różnych pokoleń w przestrzeni social media w stosunku do treści, które tworzymy oraz kanałów dystrybucji. Zajęcia prowadzone przez doświadczoną trenerkę pozwolą uczestników praktycznie, ale i pod innym kątem spojrzeć na swoją pracę a dzięki dostarczonym w trakcie informacją zwiększyć efektywność prowadzonej komunikacji za pośrednictwem social mediów.

### **CELE I KORZYŚCI:**

- Zdobycie wiedzy na temat:
  - Czym jest content marketing i co w nim jest najważniejsze?
  - Jakie treści przyciągają dziś uwagę odbiorców social mediów zgodnie z ich specyfiką i jak je najlepiej dystrybuować?
  - Jakiego języka używać w komunikacji z odbiorcami social mediów?
  - Jak różnorodność pokoleń wpływa na odbiór tworzonych treści?
  - Jakie treści tworzyć żeby trafić do tych, na których nam zależy?
- Poznanie kilku narzędzi do usprawnienia pracy i do monitoringu mediów społecznościowych.
- Możliwość udziału w praktycznych ćwiczeniach z zakresu tematyki zajęć.

### **PROGRAM:**

#### **I. Zagadnienia wprowadzające:**

1. Najnowsze trendy w content marketingu.
2. Czym jest content marketing i poznasz jego możliwości?
3. Dlaczego tak ważne jest poznanie swojego odbiorcy przed tworzeniem treści - ćwiczenie - określenie grupy odbiorców?
4. Piramida contentu i sposoby jej wykorzystania.
5. Jak korzystać z możliwości poszczególnych platform SM (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube, TikTok)?
6. Rodzaje treści do social mediów z przykładami i zasadami ich dystrybucji.
7. Realne przykłady postów, które zostaną omówione - ćwiczenie.
8. Jakiego języka używać w mediach społecznościowych, a czego unikać?
9. Specyfika różnych pokoleń – kim są i jak się z nimi komunikować: Baby Boomers, Generacja X, Generacja Y (Millenials), Generacja Z, Generacja Alfa.

#### **II. Omówienie specyfiki, cech wspólnych, różnic. Miejsce w przestrzeni społeczno-politycznej:**

1. Różne kanały – różni użytkownicy – ich zachowania i preferencje: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok, Twitter.
2. Jak różne pokolenia korzystają z social mediów.
3. Jakie treści tworzyć dla poszczególnych pokoleń, jakie trafiają do nich najlepiej: video, rolka, artykuł, post, grafiki, live?
4. Jakie są możliwości dystrybucji - Owned, Paid i Earned Media
5. Gdzie publikować treści żeby docierać do poszczególnych pokoleń.
6. Jak zaciekać treścią i publikacja multichannel jest efektywna.
7. Dodatkowe narzędzia do pracy online.

**ADRESACI:** Pracownicy wydziałów promocji i komunikacji jednostkach administracji publicznej oraz instytucji kultury, osoby przygotowujące treści, grafiki na stronach internetowych i mediach społecznościowych organizacjach samorządowych.

**PROWADZĄCA:** Absolwentka Międzynarodowej Wyższej Szkoły Nauk Politycznych przy Uniwersytecie Śląskim oraz podyplomowej Szkoły Marketingu i Zarządzania. Specjalistka ds. marketingu, promocji i reklamy z wieloletnim doświadczeniem w międzynarodowych korporacjach, trenerka, konsultant marketingowo-biznesowy młodych biznesów oraz mikro i małych firm. Doradza w zakresie marketingu online, w tym mediów społecznościowych i spójności komunikacji w różnych kanałach. Przygotowuje strategie marketingowe online dla przedsiębiorców i (współ)tworzy ich komunikację w sieci. Od 6 lat prowadzi warsztaty dla firm i instytucji państwowych z zakresu funkcjonalności Social Mediów (m.in. Facebook, Instagram, LinkedIn, You Tube, TikTok), tworzenia grafik w programie Canva.com, storytellingu czy content marketingu. Pisze artykuły, teksty na strony www. Prelegentka na wydarzeniach dla przedsiębiorców. Pasjonuje się rozwojem osobistym i prowadzi bloga dla przedsiębiorczych kobiet. Moderuje grupę dla kobiet przedsiębiorczych na FB: Wspieramy się w rozwoju i w biznesie i kilka grup lokalnych.

## Jak tworzyć atrakcyjny content do mediów społecznościowych z uwzględnieniem odbiorców z różnych pokoleń



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



**14-15 grudnia 2022 r.**

**Szkolenie w godzinach 10:00-14:00**



**Cena: 559 PLN netto/os.** Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

**CENA zawiera:** udział w profesjonalnym szkoleniu on-line,  
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,  
certyfikat ukończenia szkolenia,  
możliwość konsultacji z trenerem.

**DANE DO KONTAKTU:** Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Centrum Mazowsze;  
ul. Żurawia 43, 00-680 Warszawa;  
tel. 533 804 115  
[szkolenia@frdl.org.pl](mailto:szkolenia@frdl.org.pl)

## DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy  
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,  
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,  
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK

NIE

Proszę o przesłanie faktury i certyfikatu na adres mailowy:

.....  
Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora [www.frdl.mazowsze.pl](http://www.frdl.mazowsze.pl) oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

**Zgłoszenia prosimy przesyłać do 8 grudnia 2022 r.**

**UWAGA!** Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przestanej FV.

Podpis osoby upoważnionej \_\_\_\_\_